

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARTU SEMETON HONDA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. ASIA MOTOR
DI DENPASAR
(STUDI KASUS PEMBELIAN MOTOR HONDA SCOOPY)**

Oleh :
Ni Nyoman Dewi Maharani

ARTICLE INFO

Article history:

Received

Revised

Accepted

*Keyword: Quality of service and
Satisfaction Consumers*

*Kata Kunci: Kualitas Pelayanan
dan Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

This research aims to know the influence of the quality of service Card Semeton Honda against consumer satisfaction on a CV. Asia Motors in Denpasar (case study of purchasing Motor Honda Scoopy). The number of samples was determined by the method of aksidental samples as many as 40 of the respondents. The data were analyzed by using simple linear regression analysis, determination of analysis, and a statistical analysis of the test T (t-test). The results showed there was a positive and significant influence between the service quality of Honda Semeton Card against consumer satisfaction on a CV. Asia Motors in Denpasar (case study of purchasing Motor Honda Scoopy).

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Kartu Semeton Honda terhadap kepuasan konsumen pada CV. Asia Motor di Denpasar (Studi Kasus Pembelian Motor Honda Scoopy). Jumlah sampel yang ditentukan dengan menggunakan metode aksidental sampel sebanyak 40 responden. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana, analisis determinasi, dan analisis statistik Uji T (t-test). Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan Kartu Semeton Honda terhadap kepuasan konsumen pada CV. Asia Motor di Denpasar (Studi Kasus Pembelian Motor Honda Scoopy).

I. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan baik yang bergerak dalam bidang industri perdagangan maupun jasa bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal di samping dapat memenuhi dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Pada era globalisasi, persaingan dan pasar bebas saat ini setiap perusahaan dihadapkan pada situasi lingkungan bisnis yang semakin tidak pasti dan persaingan semakin ketat untuk menjadi yang terbaik dalam bisnisnya.

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Memang sudah banyak perusahaan yang sudah sadar mengenai pentingnya pelayanan yang baik terhadap konsumen sebagai salah satu bentuk tanggung jawabnya. Namun terkadang tidak sedikit perusahaan yang kurang memperhatikan mengenai hal ini.

Mereka menganggap kualitas produk jauh lebih penting. Memang kualitas dari produk juga menjadi hal yang penting, namun pelayanan tersebut tidak kalah pentingnya dengan kualitas produk. Sebaik-baiknya kualitas produk yang ditawarkan, jika tanpa adanya pelayanan yang baik, belum tentu konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Bisa jadi konsumen justru membeli produk dari perusahaan lain yang memiliki kualitas produk tidak jauh berbeda. Namun memiliki kualitas pelayanan yang sangat memuaskan.

Untuk itulah kualitas pelayanan yang baik memang sangat diperlukan dalam bisnis sebagai salah satu bentuk tanggung jawabnya. Pemberian pelayanan yang berkualitas baik inilah yang bisa menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen agar bisnis bisa terus berkembang. Memberikan pelayanan

yang baik sudah menjadi tanggung jawab perusahaan. Tanpa adanya pelayanan yang baik, perusahaan tidak mungkin bisa mendapatkan banyak konsumen dalam bisnisnya.

Dengan demikian, hanya perusahaan yang memberikan pelayanan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan para konsumen. Menurut Kotler (2000) kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Pemberian pelayanan yang berkualitas kepada konsumen merupakan hal yang mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002). Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Kartu Semeton Honda terhadap kepuasan

konsumen pada CV. Asia Motor di Denpasar.

II. METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan analisis asosiatif, karena adanya variabel variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran mengenai hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian motor scoopy di tahun 2018 sebanyak 397 konsumen. Penentuan sampel menggunakan aksidental sampel sebanyak 40 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, angket (kuesioner) dan studi dokumentasi. Setiap jawaban kuesioner mempunyai bobot atau skor nilai dengan skala Likert sebagai berikut : STS (Sangat Tidak Setuju) = skor 1, TS = (Tidak Setuju) = skor 2, N (Netral) = skor = 3, S (Setuju) = skor 4, SS (Sangat Setuju) = skor 5. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, terdiri dari analisis regresi linier sederhana, analisis determinasi, Uji T (t-test) dengan menggunakan alat bantu software SPSS.

III. HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan Kartu Semeton Honda terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1
Analisis Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	
Konstanta	1,385	0,596	0,555
Kualitas Pelayanan	0,184	7,303	0,000
r	0,764		
r ²	0,584		

Sumber : olah data SPSS 17.0 for Windows, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi sederhana adalah $Y = 1,385 + 0,184 X$. Dari hasil analisis diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1) Nilai a = 1,385 artinya apabila tidak ada perhatian terhadap kualitas pelayanan Kartu Semeton Honda, maka skor kepuasan konsumen adalah sebesar rata-rata 1,385.

2) Nilai b = 0,184 artinya apabila skor kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 0,184.

Analisis Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan (kontribusi) antara variable bebas terhadap variabel terikat.

$$r^2 \times 100 \% \text{ atau } 0,764^2 \times 100 \% = 58\%$$

Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan memberikan sumbangan terhadap kepuasan konsumen sebesar 58% (persen) sedangkan sisanya sebanyak 42% (persen) disumbangkan oleh variabel lain yang dalam hal ini tidak diteliti.

Uji T (t-test)

Uji-t (*t-test*) digunakan untuk menguji nyata tidaknya hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel 1, di dapat bahwa nilai t_{hitung} diperoleh sebesar 7,303 dan t_{tabel} sebesar 1,686 nilai sig. $0,000 < 0,05$. Ternyata nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} atau $t_{\text{hitung}} = 7,303 > t_{\text{tabel}} = 1,686$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang di ajukan, yang bunyinya : ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan Kartu Semeton Honda (X) terhadap kepuasan konsumen pada CV. Asia Motor (Y) Denpasar diterima. Artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan Kartu Semeton Honda yang diberikan oleh CV. Asia Motor Denpasar, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat (hipotesis terbukti).

IV. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Kartu Semeton Honda mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Asia Motor Denpasar artinya apabila semakin bagus kualitas pelayanan Kartu Semeton Honda yang diberikan maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan sebelumnya, dimana kualitas pelayanan Kartu Semeton Honda mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen, maka dalam hal ini dapat disarankan kepada CV. Asia Motor Denpasar dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dalam hal ini hendaknya lebih ditingkatkan lagi, sehingga nantinya perusahaan akan mengambil keputusan untuk melakukan perbaikan kualitas pelayanan pada kesempatan berikutnya. Dan kepada perusahaan hendaknya memberikan pelatihan-pelatihan lagi kepada para pegawai mengenai pelayanan yang lebih intensif lagi. Sehingga untuk kedepannya CV. Asia Motor Denpasar semakin maju.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2009). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*. PT Gramedia: Jakarta.
- Amrullah, Siburian S. Pamasang dan Zainurossalamia Saida. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda ". Diakses 3 Maret 2019.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/826/78>
- Fakultas Ekonomi. (2018). *Panduan Penyusunan Proposal Penelitian dan Skripsi*, Fakultas Ekonomi.

Universitas Ngurah Rai Denpasar Edisi I.

- Kotler, P., Armstrong. G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13*, Jilid 1 Jakarta: Erlangga,.
- Kotler, P., Keller. K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta
- Rahmawati Yuli, Suminar. (2014). "Pengaruh Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Word Of Mouth Pada Pelanggan Honda Motor di Surabaya. Diakses 3 Maret 2019.
<https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/view/290/228>
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Cetakan kedua. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Schnaars, Steven P. (1991). *Marketing Strategy: A Customer Driven Approach*. 2nd ed. New York: The Free Press.
- Simamora. (1999). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sholeha Ludviyatus, Djaja Sutrisno, Widodo Joko. (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Diakses 3 Maret 2019.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/view/6465/4714>